



## **ESPORTE E SOCIEDADE: UMA RELAÇÃO PAUTADA PELA MÍDIA**

**Marli Hatje**

Universidade Federal de Santa Maria – RS

### **1 CONSIDERAÇÕES INICIAIS**

Refletir sobre as relações da Educação Física/Esporte com Mídia e a repercussão desta relação na sociedade atual é fundamental para aprofundar as discussões atuais, tanto na área da Educação Física, quanto na área da Comunicação Social. Os estudos iniciados no início da década de 90, no Programa de Pós-Graduação em Ciência do Movimento Humano, do Centro de Educação Física e Desportos, da Universidade Federal de Santa Maria sustentam boa parte das discussões em evidência, principalmente, no momento em que se discute a (re)estruturação do próprio Programa. O Laboratório de Comunicação, Movimento e Mídia na Educação Física (LCMMEF), atuou, sempre, sob a premissa de que sua (grande) área de atuação é a Educação Física/Esporte e nela está inserida a comunicação, enquanto processo, seja como um fenômeno social ou como um instrumento de intervenção social.

Diante deste contexto, o processo comunicativo, seja ele verbal ou não-verbal, é objeto de estudo, de grande importância, para a área da Educação Física/Esporte, principalmente se compreendermos que o objeto de estudo da Educação Física é o Movimento Humano, aspecto que, inclusive, diferencia essa disciplina das demais disciplinas de um currículo escolar.

A comunicação pode ser um processo por meio do qual o indivíduo transmite estímulos para modificar o comportamento de outros indivíduos (HOVLAND), ou então como uma transmissão de informações, idéias, emoções e habilidades, por meio do uso de símbolos, palavras, imagens, figuras, gráficos, gestos e expressões (BERELSON E STEINER). As definições, associadas a outras (BERLO, BORDENAVE, por exemplo), conduzem as discussões sobre a importância do processo comunicativo na formação de profissionais de Educação Física, que têm no Movimento Humano sua base de atuação.



O esporte é discutido sob o viés da mídia, a partir de definições clássicas, como a da Sociologia, por exemplo, porque a Mídia tem modificado questões conceituais no esporte, que repercutem na sociedade atual. Discutir o que é esporte para a mídia, como ela o tem tratado e o uso que as pessoas fazem dele parecem questões fundamentais. Aos debates, a sociedade “midiática” é considerada sob dois aspectos: enquanto público e enquanto massa.

Público é homogêneo, constituído de indivíduos que têm algo em comum, afetados pelo mesmo assunto. Para Blumer (apud DUARTE, 2002) é um grupo que está enfrentando um mesmo problema e se engaja na discussão desse problema. Já massa é heterogênea, composta por indivíduos que não se conhecem, que estão espacialmente separados e que não podem interagir.

Duas questões são pertinentes neste momento: Como a Mídia afeta esses dois grupos, e como estes absorvem o conteúdo veiculado pela a Mídia. Três paradigmas contextualizam esta reflexão no LCMMEF. O primeiro traz a diferença que pauta os estudos no LCMMEF, em relação às áreas da Educação Física e da Comunicação Social; busca esclarecer o por que e a importância do processo comunicativo na Educação Física (HATJE, 2002). O segundo refere-se aos esquemas de Comunicação que permeiam as discussões interdisciplinares do Laboratório (ARISTÓTELES e LASSWEL). O terceiro paradigma retrata a percepção social, a partir de repertórios individuais (BORDENAVE).

Muitas questões levantadas neste ensaio continuam objeto de discussão no LCMMED. Os ajustes e a (re)estruturação do Programa de Pós-Graduação sustentam a continuidade e exigem aprofundamentos. Quer-se, na INTERCOM, muito mais explicitar e dividir reflexões em andamento, do que propriamente veicular e defender posições. Muitas vezes são lançadas questões que ainda não têm resposta ou respostas parciais. Pretende-se, antes de tudo, ampliar as discussões e fornecer elementos, não apenas para as discussões no LCMMEF, mas do próprio GT Mídia e Esporte, da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, criado em 1996, em Londrina/PR.

## 2 MÍDIA, ESPORTE E SOCIEDADE

A mídia motiva, estimula ou incentiva a prática da atividade física? Segundo estudo do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) apenas 1,2% da população brasileira



praticar atividades físicas com regularidade. Qual a razão deste baixo índice se a prática de exercícios físicos previne doenças e auxilia no tratamento de outros males? Pode-se justificar o percentual na falta de hábito de praticar exercícios?, na falta de disciplina?, na falta de informação sobre a importância de praticar atividade física para ter ou melhorar qualidade de vida?

Muitas respostas ainda precisam de estudos científicos. Em outubro de 2002, na palestra de abertura do CELAFISC, em São Paulo, os participantes ouviram que o cachorro é, na sociedade atual, mais eficiente no estímulo à prática da atividade física do que a mídia. O professor australiano, que realizou a palestra disse que os donos de cachorro, são 15% mais ativos do que aqueles que não têm o animal de estimação, porque o cachorro obriga que seu amigo homem, diariamente, o acompanhe numa caminhada.

Com certeza, desde o evento, muitas questões já foram discutidas considerando a informação do professor australiano. Outras estão em discussão diante da relevância desta revelação. A mídia, nos últimos anos, avançou significativamente em termos tecnológicos. A cada edição dos Jogos Olímpicos, da Copa do Mundo de Futebol ou de qualquer outro evento, em nível nacional, os Meios de Comunicação divulgam e enfatizam o investimento realizado em termos tecnológicos para a cobertura do evento. Neste ensaio, não pretende-se avançar nesta discussão, embora se reconheça a importância da tecnologia no contexto atual. Pretende-se, sim, avançar, um pouco mais, na questão do conteúdo veiculado e como este influencia ou afeta o comportamento da sociedade, ou de parte dela.

A mídia tem, em sua pauta diária, a preocupação ou a intenção de estimular a prática de atividades físicas? Os conteúdos veiculados revelam o quê? Ela se interessa em assuntos como o *Mexa-se São Paulo* ou por conteúdos como este veiculado pelo Jornal Zero Hora (Porto Alegre) em 16 de novembro de 2002 intitulado “*Mexa-se para evitar doenças*”. Quanto espaço a Mídia reserva para temas como estes? Respostas para essas perguntas são praticamente inexistentes, mas cada vez mais necessários. No LCMMEF há pesquisas, quantitativas e qualitativas. em andamento. As de caráter quantitativo, em sua maioria, buscam averiguar o espaço que a mídia dá ao esporte não-profissional, as outras buscam resposta à importância do conteúdo esportivo veiculado para a mudança de comportamento do público, quanto a prática de exercícios físicos. Discute-se, inclusive, a diferença entre



*importante (interesse público) x interessante (interesse do público)*, baseado em CORREA (1998).

Tony Schwartz em sua obra *Mídia, o segundo Deus* destaca a importância da Mídia na sociedade e do espaço que ela ocupa. É leitura obrigatória para os pesquisadores da área, porque a mídia está em toda parte, assim como o esporte está em toda mídia: nas novelas, nos seriados, nos programas de auditório. O esporte é o alvo da mídia, que transmite informações, alimenta nosso imaginário e fornece elementos à interpretação do mundo.

NO LCMMED, são consideradas as duas visões, que segundo ECO (1970), pairam sobre a Mídia: a) a dos *apocalípticos* que atribuem à mídia uma função conservadora, que aliena; b) a dos *integrados*, que operam, produzem e emitem suas mensagens em todos os níveis da mídia. Vêm na mídia a possibilidade de acesso a todos os bens culturais.

Quando discutem-se as Ciências do Movimento Humano, voltadas ao campo da cultura corporal do movimento; a atuação (importância/influência) da mídia é crescente, além de decisiva, na construção de novos significados e novas modalidades de entretenimento e consumo. A sociedade é consumidora do esporte (espetáculo), seja como torcedora nos estádios e nas quadras ou como espectadora, ouvinte ou leitora de Meios de Comunicação. O nível de consumo e de investimento, inclusive financeiro, depende de cada indivíduo e/ou de cada grupo. Quanto mais envolvido e apaixonado por esporte, maior seu envolvimento e seu investimento.

Há muitas informações de interesse da área da Educação Física/Esporte veiculadas pela mídia. Nem todas são corretas e confiáveis, mas que, no entanto, se sobrepõem pela baixa capacidade crítica<sup>1</sup> de espectadores e leitores. Outras estimulam a atividade física sob o pretexto de resultados *mirabolantes*, desejados por todos. A revista *Corpo Fitness* (especial nº 18, ano IV, 2003) veiculou na capa “*Corpo novo em 3 meses*” ou “*Bumbum definido e barriga lisa*”. Análise mais detalhada dá conta que esse corpo requer hábito e disciplina. E, quantas pessoas têm hábito e disciplina, diários, para realizar atividades físicas que garantem esse resultado em 90 dias?

---

<sup>1</sup> Ampliar e aperfeiçoar esta capacidade crítica é o que se pretende quando se defende a Mídia nas aulas de Educação Física. É através da análise de material veiculado pela Mídia, nas aulas de Educação Física, que podemos tornar o aluno mais reflexivo.

Livrarias e bancas de revistas revelam que, nos últimos anos, houve elevação na quantidade de informações veiculada e publicamente partilhada que interessa à área da Educação Física. No entanto, diante dos poucos estudos conhecidos ou existentes, infere-se que seus profissionais, ainda não assumiram a tarefa de chamar a si essas informações para avaliar, discutir e intervir na qualidade da informação veiculada, em nome dos objetivos da Educação Física.

Atualizar propostas pedagógicas da Educação Física, no sentido de também avaliar e discutir os sentidos e as repercussões da Mídia na Educação Física Escolar, é fundamental na sociedade atual, sobretudo a influência da TV. Os questionamentos perpassam aspectos desde o(s) conceito(s) de esporte veiculado pela Mídia e a(s) forma(s) utilizada(s) para representá-lo(s). Outra questão refere-se às implicações, do(s) conceito(s) e da(s) forma(s), para a Educação Física enquanto prática pedagógica

Conforme pesquisa realizada no LCMMEF em 2001, referente a prática de atividades de lazer em 31 municípios do RS, assistir televisão, foi apontada, pelos entrevistados, como a principal forma de lazer, para ocupar tempo livre. O resultado tornou-se importante às pesquisas do Laboratório, na medida que entende-se que a TV pode espetacularizar qualquer coisa frente aos crescentes e sofisticados recursos técnicos. Ela cria emoções, utiliza mecanismos que espetacularizam a violência e a morte. Na transmissão de corridas de Fórmula 1, por exemplo, constantemente, o telespectador assiste *acidentes espetaculares*. Além dos recursos técnicos, a utilização da linguagem bélica, emotiva e de rivalidade<sup>2</sup> são mecanismos para criar e/ou veicular o espetáculo esportivo.

Para falar de esporte e, principalmente para discutir suas relações com a mídia, no âmbito escolar, é necessário considerar a classificação realizada pela Sociologia do Lazer. Segundo ela, há o praticante ativo do esporte (o atleta) e o consumido passivo (o espectador). O profissional atuante da área da Educação Física, diariamente, tem contato com pessoas de ambos os grupos, seja na escola, na academia, no clube, em hospitais ou hotéis. Parte do desafio e do sucesso que almeja como profissional está ligado à conquista de pessoas à sua proposta. Influenciar praticantes, ativos ou passivos no sentido de orientá-los a absorver da mídia aquilo que *deve ser* absorvido e, principalmente, *como deve ser* absorvido, é uma meta

---

<sup>2</sup> Ver mais em HATJE (2000).

que requer paciência, tempo e, sobretudo, muito conhecimento do processo comunicativo, desde a coleta até a produção e a veiculação das informações.

Para discutir as relações entre a mídia e o esporte, é necessário também considerar o que ECO (1984) chama de *Falação*, que atribui um enfoque hegemônico ao discurso. Neste caso, quando se fala em esporte, se fala em vitória, em resultado, em esforço intenso, em medalhas e em dinheiro. As análises dos comentaristas esportivos (em sua maioria comentaristas de futebol), giram em torno da técnica e da tática empregada pelos treinadores das equipes, e do desempenho do atleta na partida, diante do esquema utilizado. É nesse contexto, que muitos profissionais da Educação Física buscam argumentos para sustentar que Mídia e Esporte não tem relação e que a Comunicação não faz parte da área.

A *Falação* geralmente é parcial, porque é fruto de opiniões pessoais, de comentaristas ligados à modalidade esportiva em evidência e veiculada, muitas vezes, sem o conteúdo necessário para que, as informações, sejam absorvidas pela sociedade como algo que possa contribuir à formação social e cultural. Os conteúdos veiculados são resultado de diversos aspectos, entre eles: a) de formação inadequada dos profissionais da Mídia que atuam no esporte, e b) muitos profissionais, quando nasceram, já nasceram com seu time de futebol ou seu partido político definido, pela família. Exemplos são publicados nas páginas sociais dos jornais. Assim, quando se tornam jornalistas, por exemplo, carregam *o amor pelo time ou pelo partido político* para a profissão, não conseguindo, portanto, excluir a subjetividade naquilo que veiculam pela mídia.

A Mídia e, sobretudo a TV, para conquistar audiência e espetacularizar seus produtos denomina tudo *Esporte* (diversidade de prática), seja ele ligado à melhoria da condição física, como caminhar, correr, fazer ginástica; à superação de desafios, como o alpinismo e a asa delta; ou à atividades ligadas à natureza, como as trilhas e o turismo ecológico. Nesse contexto, segundo, BETTI<sup>3</sup>, os critérios clássicos da sociologia que definem esporte foram subvertidos. Não é mais necessário competição, desempenho, vitória ou recorde. O esporte espetáculo requer ampliação do seu conceito.

Os profissionais da Educação Física devem aprofundar seus conhecimentos e apontar as possibilidades dos diversos níveis e tipos de práticas que compõem a cultura corporal

---

<sup>3</sup> Mídia e Educação: análise da relação dos meios de comunicação de massa com a educação física e os esportes. Seminário Brasileiro em Pedagogia do Esporte. Santa Maria-RS, s/d..



esportiva. Devem considerar que a Mídia e, principalmente a TV, rivaliza com a escola e com a família enquanto fonte de formação de valores e atitudes. A família, a TV e a escola constituem o tripe básico à formação (cultural, social...) de qualquer pessoa na sociedade contemporânea. Para BETTI, a TV é um problema educacional que deve merecer atenção. Destaca, no entanto, o descompasso entre o nível técnico do esporte difundido pelo esporte espetáculo da TV e as reais possibilidades de alunos, escolas e professores.

O descompasso existente entre a realidade de alunos, escolas e professores e as informações veiculadas pela TV, também existe em outros extratos da Mídia. As informações em revistas “especializadas” em divulgar formas de *como emagrecer, como tonificar barriga e bumbum*, por exemplo, geralmente são ineficientes. As dicas e as orientações não atingem o grande público, seja por falta de hábito, de disciplina ou vontade de praticar atividade física. Ou ainda, pelo fato de não haver um profissional qualificado para orientar a execução correta e adequada de atividades propostas nas revistas, o resultado além de insatisfatório pode acarretar prejuízo à saúde dos consumidores da informação.

A Mídia é o universo cultural em que as novas gerações socializam-se no esporte. A TV é o veículo que mais influencia a cultura, por ser ainda o meio que agrega, em torno dele, o maior número de pessoas. A natureza e as conseqüências desta influência são polêmicas e requerem discussões mais amplas de todos os setores da sociedade. As produções esportivas da mídia devem ser associadas às aulas de Educação Física. Analisar e discutir programas de TV, matérias veiculadas em jornais e revistas e transmissões pelo rádio (porque estas ampliam a imaginação e a criatividade dos alunos), quando estão em evidência eventos nacionais e internacionais ampliam o repertório individual dos alunos e a possibilidade deles se tornarem pessoas mais críticas e reflexivas diante da realidade.

Assuntos como Doping, Violência, Saúde e Beleza, quando estão em evidência grandes eventos, na Mídia, podem sustentar e motivar discussões interessantes, mas sobretudo, importantes nas aulas de Educação Física. Embora a TV tente veicular um modelo hegemônico de esporte, ela apresenta contradições. O verdadeiro professor é capaz de perceber e selecionar matérias para promover assuntos emergentes, atuais, que dizem respeito aos alunos, como realização pessoal; sociabilização e auto-conhecimento. Discutir o *modelo de corpo* exigido pela sociedade, por exemplo, implica em abordar a saúde, o *preço* para se manter em forma; a importância dele para a realização pessoal. O problema do uso de drogas



(causas e conseqüências), especialmente por crianças e adolescentes, seria oportuno a partir de reportagens que tratam do Doping em atletas, quanto aos prejuízos pessoais e profissionais causados.

No contexto do LCMMEF, em que se discutem as relações entre o Esporte e a Sociedade, pautadas pela Mídia, o educador é peça fundamental. Pairam sobre ele características como um dos principais mediadores entre a sociedade (especificamente os alunos) e a Mídia. Como profissionais inseridos neste contexto interdisciplinar, é imprescindível amplo conhecimento para conduzir estudos e pesquisas, formativas e informativas, sobre o esporte (espetáculo) e suas implicações na sociedade. Usufruir do esporte desta maneira exige além de conhecimento, instrumentos voltados aos diversos significados e modelos de prática que o esporte possui na sociedade contemporânea, visto que a Educação Física Escolar pode propiciar aos alunos a oportunidade de contrastar a vivência de praticar esporte, enquanto experiência vivida, com a experiência de apenas assistir esporte.

Por fim, entende-se a mídia como ferramenta pedagógica que a Educação Física (pode) mobiliza (r) para intervir na sociedade e não apenas como instrumento de percepção do mundo. É neste aspecto que reside a diferença, mas sobretudo, a importância de levar a Mídia (meios) para a Escola. As teses (3), as dissertações (10) e as monografias (9) já realizadas no Laboratório de Comunicação, Movimento e Mídia na Educação Física do Programa de Pós-Graduação em Ciência do Movimento Humano abordam, justamente, esta questão a partir de várias premissas e entendimentos. São estes estudos que fundamentam a nova proposta denominada Fundamentos Expressivos e Comunicativos do Movimento Humano.

### *3 CONSIDERAÇÕES FINAIS*

Ao concluir este ensaio, fica a certeza de que muitas questões requerem discussão mais aprofundada. É necessário ampliar e intensificar o leque de conhecimento interdisciplinar, diante da certeza de que, assim como os profissionais da Educação Física/Esporte, o público-alvo também é influenciado pela mídia, seja ele o praticante ativo ou o consumidor passivo do esporte (o espectador).





O desafio está em descobrir, a partir de pesquisas e discussões, como os profissionais da Educação Física/Esporte podem melhorar a *performance física* do praticante ativo (no sentido de estimulá-lo aos exercícios físicos) e a *performance intelectual* do segundo (no sentido de torná-lo mais crítico e reflexivo diante do que é veiculado pela Mídia).

A reestruturação do Programa de Pós-Graduação em Ciência do Movimento Humano, especialmente dos objetivos do Laboratório de Comunicação, Movimento e Mídia na Educação Física, do CEFD/UFSM, permite inferir que a relação interdisciplinar entre as áreas da Educação Física/Esporte e Comunicação Social, bem como as discussões para compreender e interferir no contexto Mídia, Esporte e Sociedade, desde o início de 90, ampliaram-se, conforme revelam os estudos realizados até 2003. A inclusão de (novas) questões voltadas a Ciências do Movimento Humano, em nível de Pós-Graduação, e a própria reestruturação curricular da Educação Física, em nível de Graduação, faz-se necessária, principalmente no sentido de ampliar o próprio conceito de comunicação (enquanto processo) e da importância deste na formação dos novos profissionais no Brasil, a partir das novas Diretrizes Curriculares.

A mídia no contexto da Educação Física/Esporte conquistou definitivamente seu espaço. A importância, no entanto, para os diversos profissionais, depende do conceito e dos objetivos que cada um ostenta ou defende, considerando o processo ensino-aprendizagem na formação de uma sociedade, de seres humanos mais críticos e reflexivos.

Para concluir, ficam duas questões para reflexão, que atualmente, sustentam algumas discussões no LCMMEF: a) a imprensa brasileira, sobretudo a esportiva, tem se caracterizado como formativa ou informativa em suas coberturas?; b) a imprensa brasileira contribui com o desenvolvimento do esporte ou o esporte com o desenvolvimento da imprensa? Qual o papel de cada um deles no contexto esportivo atual?



4 BIBLIOGRAFIA

HATJE, Marli. **Grande imprensa: valores e/ou características veiculadas por jornais brasileiros para descrever a participação da seleção brasileira de futebol na Copa do Mundo de 1998 em França.** *Tese.* Centro de Educação Física e Desportos. UFSM: Santa Maria, RS, 2000.

HATJE, Marli. **O jornalismo esportivo impresso do Rio Grande do Sul de 1945 a 1995: a história contada por alguns de seus protagonistas.** *Dissertação.* Centro de Educação Física e Desportos. UFSM: Santa Maria, RS, 1996.

REVISTA **Comunicação, Movimento e Mídia na Educação Física.** Centro de Educação Física e Desportos. UFSM: Santa Maria, RS, 1999, 2000, 2001.

SANFELICE, Gustavo. **As relações entre o esporte contemporâneo e o Olimpismo na cobertura dos Jogos Olímpicos.** *Dissertação.* Centro de Educação Física e Desportos. UFSM: Santa Maria, RS, 2002.

SISSORS, J. e BUMBA, I. **Planejamento de Mídia: aferições, estratégias e avaliações.** São Paulo: Nobel, 2001.

DORNELLES, B. (Org). **Mídia, Imprensa e as Novas Tecnologias.** Porto Alegre: EDIPECRS, 2002.

PIRES, G. **A Educação Física e o discurso midiático: abordagem crítico emancipatória.** Ijuí: Unijuí, 2002.

FERRÉS, Joan. **Televisão e Educação.** Porto Alegre: Artes Médicas, 1996.

FEILITZEN, C. Von e CARLSSON, U. (org). **A criança e a mídia.** São Paulo: Cortez; Brasília:UNESCO, 2002.

BERLO, D. **O processo da comunicação.** São Paulo: Martins Fontes, 1999

MORAES, D. (org) **Por uma outra comunicação: mídia, mundialização cultural e poder.** RJ/SP: Record, 2003.

DUARTE, 2002.

**Endereço: Rua Dr. Pantaleão, 214/403 – Santa Maria – RS. CEP: 97010-180 – Telefone: (55) 222 8988 – E-mail: mhatje@cefd.ufsm.br**